



Centro de Consultoría Atrabajar de Tecnología en Comunicación Gráfica

Jairo Andrés Machado Diaz

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Cundinamarca

Sede Zipaquirá (Cundinamarca)

Programa Tecnología en Comunicación Gráfica

Mayo de 2023

Centro de Consultoría Atrabajar de Tecnología en Comunicación Gráfica

Jairo Andrés Machado Diaz

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de Tecnólogo en
Comunicación Gráfica

Asesor(a)

Emir Yitzhak Quiroga Arteaga

Publicista y Comunicador Visual

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Cundinamarca

Sede Zipaquirá (Cundinamarca)

Programa Tecnología en Comunicación Gráfica

Mayo de 2023

Dedicatoria

A mi madre que me acompañó en gran parte de este proceso lleno de aprendizaje, que me brindó voz de aliento cuando más lo necesitaba, que me permitió conocer facetas de mi mismo que nunca imaginé. Dedico este trabajo a las personas que me acompañaron en el camino y para aquellos que hoy ya no están.

Agradecimientos

A aquellas personas que hicieron realidad este proceso que sin duda alguna estuvo lleno de retos. Agradecido con Diana Morales y con el profe Ariolfo Velasco, pero especialmente a Emerson Vergel que me abrió las puertas de MultiRisas confiando en mis conocimientos y habilidades en pro de fortalecer la marca que con tanto esfuerzo ha estado construyendo.

Contenido

Resumen	9
Abstract	10
Introducción	11
Marco conceptual	12
Comunicación Gráfica	12
consultoría	13
Pymes	13
Justificación	14
Pregunta problema	16
Planteamiento del problema	16
Antecedentes	18
Inhouse fcc	18
Salón lateral y DIPE	19
El estudio	20
MullenLowe Latam	21
In-house Tadeísta	22
Objetivos	23
Objetivo general	23
Objetivos específicos	24
Metodología	24
Resultados	26
Etapa 1-Formulario dirigido a estudiantes de Comunicación Gráfica	26
¿Pertenece al programa de tecnología en comunicación gráfica?	26
¿Actualmente qué semestre te encuentras cursando?	27
¿Qué percepción ha obtenido hasta el momento con el programa de tecnología en comunicación gráfica? ¿Está conforme? ¿inconforme? ¿por qué?	27
¿Conoce o hace parte de un espacio o laboratorio dirigido a estudiantes de tecnología en comunicación gráfica? ¿si? ¿no? ¿Cuál?	29
¿le gustaría que existiera y formar parte de un espacio de creación o laboratorio dirigido a estudiantes de tecnología en comunicación gráfica?	30
¿para usted qué tan importante es la creación de un portafolio de servicios como comunicador gráfico?	31
¿Actualmente cuenta con un portafolio de servicios?	32
Etapa 2- Entrevista directora del área de emprendimiento del municipio de Cogua	32
Etapa 3- Entrevista coordinador del programa Comunicación Gráfica sede zipaquirá	34
Etapa 4-Reunión virtual director Pyme MultiRisas	35
Referencias bibliográficas	38

Resumen

Las micro, pequeñas y medianas empresas (Pyme) hoy en día juegan un papel fundamental para la sociedad Colombiana, son estas quienes aportan en gran medida al producto interno bruto del país, apoyando el crecimiento social y económico. Cada año nuevos emprendimientos surgen a raíz de la idea de alcanzar la libertad financiera siendo alrededor de 13.000 nuevos negocios anuales inscritos solamente en la Cámara Comercio de Bogotá (CCB) pero son estos mismo quienes son más afectados financieramente a tal punto de convertirse en el 90% de empresas canceladas a nivel nacional.

por otro lado, se evalúa la importancia de una agencia de consultoría dirigida a la Pymes de la región, integrada por estudiantes de Comunicación Gráfica de UNIMINUTO sede Zipaquirá y lo beneficioso que sería su creación para los estudiantes al permitir la exploración de habilidades y creación por medio de la práctica dirigida a beneficiar a los emprendimientos por medio de la publicidad, identidad visual y branding.

Palabras clave: Comunicación Gráfica, Consultoría, Pymes

Abstract

Micro, small and medium-sized enterprises (SMEs) today play a fundamental role for Colombian society, they are the ones who contribute to a large extent to the gross domestic product of the country, supporting social and economic growth. Every year new ventures arise as a result of the idea of achieving financial freedom, with around 13,000 new businesses registered annually only in the Bogotá Chamber of Commerce (CCB), but it is these same ones who are most financially affected to the point of becoming the 90% of companies canceled nationwide.

On the other hand, the importance of a consulting agency aimed at SMEs in the region, made up of Graphic Communication students from UNIMINUTO Zipaquirá campus, is evaluated, as well as the increase that its creation would be for students by allowing the exploration of skills and creation by Through the practice aimed at beneficiary to the ventures through advertising, visual identity and branding.

Keywords: Graphic Communication, Consulting, SMEs

Introducción

La identidad visual es uno de los aspectos más importantes que tiene una empresa al momento de generar confianza a través de la representación gráfica de valores, objetivos y visión que se tiene en el momento, cuyo objetivo fundamental es visibilizarse y destacarse de su entorno generando fácil recordación a su público objetivo.

Por otro lado, es importante conocer la importancia de las tecnologías en un mundo moderno, las cuales juegan un papel fundamental en la actualidad por su constante avance, cambiando de una u otra forma la comunicación entre personas e incentivando su presencia en redes sociales, obligando a empresas trasladarse y crear contenido para dichos canales, permitiéndose masificar el mensaje que se quiere dar. De esta manera dejando atrás canales convencionales como la televisión que tiene un límite de audiencia y que a su vez no garantiza llegar directamente al nicho de mercado al se requiere llegar, mientras que el uso de cuentas como Meta Business permite a pequeñas empresas y creadores en general administrar cuentas de Facebook e Instagram creando contenido de forma profesional con distintos objetivos como generar ventas, tener un mejor alcance, reconocimiento en su entorno, generar tráfico entre otros ya establecidos por la herramienta Meta.

A continuación, se abordarán temas de suma relevancia que hablan de la importancia de un entorno creativo a cargo de comunicadores gráficos de UNIMINUTO sede Zipaquirá, dirigido a Pymes de la región. Por otro lado también se abordaron temas como identidad visual, importancia del branding y publicidad, conceptos y campos de aplicación que pueden fomentar la permanencia de Pymes a través de los años.

Marco conceptual

Comunicación Gráfica

La comunicación gráfica es la forma y medio en el que se transmite un mensaje de forma visual. Es el proceso que se lleva a cabo para transmitir ideas, pensamientos y símbolos cargados de conceptos culturales con un mismo código acogido por un grupo de personas para relacionarse entre sí a partir de elementos visuales que tienen como objetivo transmitir información, considerando los elementos básicos que intervienen en el proceso de comunicación y la necesidad de un emisor y un receptor (Emma Lobo 2015).

En esencia para que exista la comunicación gráfica, es de suma importancia la aplicación de códigos visuales a nivel semiótico, que estén cargados de conceptos aceptados por un grupo objetivo determinado, para ser comprendidos e incitar a una acción. Por otro lado hay que sumarle, la infinidad de grupos culturales y sociales que no se relacionan entre sí haciendo cada vez más valioso y complicado el proceso de creación de piezas visuales capaces de ser comprendidas por la mayor cantidad de personas sin importar su lugar de origen.

Por otro lado también se afirma que la comunicación gráfica es el proceso de comprensión de todo aquello que podamos observar y que su interpretación dependerá de las circunstancias y contexto, es decir que la interpretación de los códigos no solo depende de la aceptación de conceptos entre personas sino también del momento o contexto en que se muestran la imágenes (Munari 1976).

consultoría

Según la Real Academia Española (RAE) la palabra consultoría hace referencia a un espacio de asesoramiento técnico o profesional cuyo objetivo es guiar de manera eficiente aquel proceso por el cual se asiste.

Así mismo, la consultoría es en términos generales es un método que permite mejorar las prácticas de gestión y desarrollo de una empresa o persona, pero también toda persona o grupo que brinde asesoramiento a algún colega o a alguna entidad inmediatamente se convierte en consultor (Milan Kubr 2000).

Por otro lado la consultoría proporciona información y la analiza por medio de herramientas brindando solución a problemas organizacionales, metodológicos y estructurales, básicamente se convierte en la guía de aquellas personas que necesiten tomar decisiones importantes y quizás un poco difíciles (Edgar Schein 1990).

Pymes

En esencia las Pymes son aquellas micro y medianas empresas con un número limitado de empleados y con una cantidad de ingresos limitada, pero a su vez representan una base fundamental para la economía, ya que estas son aquellas que más contribuyen a la generación de empleo. por lo general aquellas personas que en algún momento de su vida han tomado la decisión de iniciar el proceso creación de empresa, han visto la necesidad de adquirir un endeudamiento en alguna entidad financiera, por otro lado es necesario enfatizar que la adquisición de estos préstamos representan un gran riesgo no solo para el emprendedor, también para el banco y es por eso que muchas veces aquellos emprendedores por la necesidad de conseguir el financiamiento ponen a disposición de las entidades todo su patrimonio (Jose Sanchez 2015).

Justificación

En la actualidad nos encontramos en un mundo donde cada vez existen nuevas tecnologías, que de una u otra forma hacen parte de nuestra cotidianidad. Lo queramos o no aceptar es necesario contar con aparatos inteligentes cuyos objetivos principales es facilitar la comunicación, transformando de esta manera el cómo nos relacionamos con el otro, es por eso que cada vez más personas se unen a estos nuevos canales de comunicación orientados para estas tecnologías, creando comunidades digitales en las que no necesariamente sus integrantes, necesitan conocerse entre sí para formar parte de ellas. Esto genera una retroalimentación constante cargada de conceptos, gustos, preferencias y emociones, las cuales hacen parte del ser humano, volviéndose tan atractivas al crear la necesidad de estar conectados en ellas para formar parte de una comunidad. Así como en su momento, se crearon grupos sociales o movimientos que permiten compartir ideales, ahora las redes sociales son un espacio que nos permite relacionarnos a distancia, e incluso compartir estos ideales con un mayor número de personas; pero para ello es necesario contar con una presencia o perfil en ellas. Así como una persona interactúa con otra gracias a los perfiles creados en estas redes sociales, así mismo es necesario que las Pymes hagan presencia en dichos canales para interactuar con su público objetivo, ya sea creando contenido, dando a conocer sus valores, su misión y visión dentro de nuestra sociedad; en pocas palabras, adoptar el comportamiento de humanización de las marcas, mejorando de esta manera su alcance y las probabilidades de ser conocida en otros espacios, comunidades o grupos que posiblemente compartan o deseen sus servicios o productos.

Dado todo lo anterior empiezan a surgir preguntas: ¿cómo generar presencia en redes sociales? ¿Cómo determinar el canal adecuado para cada Pyme? ¿Qué necesitan las Pymes para

mejorar su presencia? y ¿qué beneficio traería formar parte de estos canales? además es necesario tener en cuenta, las situaciones en donde el creador de las Pymes puede pertenecer a la comunidad de adulto mayor, regiones o veredas alejadas del casco urbano, dificultando el acceso a internet o no se cuenta con el conocimiento para manejar aquellas nuevas tecnologías, provocado que el apoyo que se brinde sea acorde a su contextos sociales y culturales.

Por otro lado, los estudiantes de Comunicación gráfica sede Zipaquirá en la actualidad, no cuentan con un laboratorio o espacio de creatividad que vaya dirigido especialmente a su saberes, a potencializar sus talentos en el mundo de la comunicación gráfica y plantearse nuevos retos impidiendo de esta manera lograr construir el profesional que se desea en UNIMINUTO, un profesional capaz de resolver problemas comunicativos, un profesional que crea y desarrolla proyectos gráficos, publicitarios, editoriales y multimediales que a su vez desarrollen sensibilidad y un actuar consecuente con las necesidades de su entorno; un comunicador gráfico al que por motivos externos no se le ha permitido experimentar y crear a través de la práctica, muy difícilmente finalizará su vida universitaria con los conocimientos necesarios para abordar una vida laboral. Es cierto que la gran mayoría de conocimiento y habilidades se construyen en parte por medio de un proceso autodidacta, pero una universidad que brinda el espacio para crear e incentivar la socialización e intercambio de saberes y habilidades, sin duda alguna genera profesionales más capaces.

En resumen, la creación de un espacio de asesoramiento y consultoría de branding, identidad visual y publicidad para las Pymes que se encuentren dentro del municipio de Zipaquirá y Cogua, es de suma importancia al convertirse en un entorno de creación, no solo para los emprendedores sino también para el estudiante perteneciente al programa de tecnología en comunicación gráfica. El primero permitiendo alimentar el crecimiento de la región en la

parte económica y a su vez destacándose de la competencia en su entorno. El segundo al permitirse poner en práctica todos sus conocimientos adquiridos durante la carrera, en el área de la comunicación gráfica en un entorno real, creando así desde sus inicios como estudiante proyectos creativos de identidad visual que vayan directamente a su portafolio de servicios.

Pregunta problema

¿Cómo por medio de un centro de consultoría integrado por estudiantes de comunicación gráfica de UNIMINUTO sede Zipaquirá se puede influir al crecimiento de las Pymes y a su permanencia a través del tiempo?

Planteamiento del problema

En la actualidad uno de los tantos problemas que enfrenta un emprendimiento o una marca es la falta de conocimiento para destacarse de las demás, no solo por la calidad de su producto o servicio, también es necesario tener en cuenta lo que hoy en día se conoce como branding e identidad visual.

el branding es un concepto que se usa para nombrar la esencia misma de las marcas, permitiendo plasmar valores, misión, visión y objetivos de la misma y generar recordación por medio de colores, iconos, formas, sonidos, palabras e infinidad de herramientas gráficas que buscan hacer sentir identificado al público en general con la marca e influir en sus comprar por medio de la recordación.

Dado lo anterior es de suma importancia la imagen corporativa y la presencia de una marca dentro de la cotidianidad de su público, “según datos de la cámara de comercio de Bogotá, Colombia tiene una tasa de actividad emprendedora del 21,2%” (Informe GEM Bogotá 2018).

dándonos una cifra de alrededor de 13.000 emprendimientos nuevos en los 59 municipios que entran en la jurisdicción de la CCB demostrando así que es de suma importancia crear un factor diferencial en un mercado tan competitivo con la posibilidad de creación de branding a marcas emergentes.

En los últimos años, tal y como lo muestra la CCB la creación de empresa, marcas y emprendimientos va en aumento, arrojando datos alentadores y desalentadores a la vez, según datos de la misma entidad la mayor parte de emprendimientos surgen gracias a estudiantes en etapa universitaria (43%) pero por otro lado también es importante mencionar que estos mismos emprendimientos tienden a ser cancelados al paso del tiempo pues “las MiPymes representan el 99,8% de empresas canceladas entre los años 2019- 2022” (Registro Mercantil, CCB, 2019-2022).

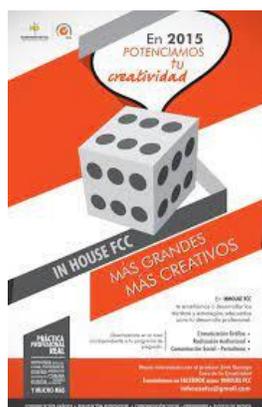
por otro lado es fundamental la importancia que juegan Pymes en el crecimiento económico de la región y del país pues las micro, pequeña y mediana empresa representa el 99 % de las empresas del país y a su vez generan el 79% de empleos, haciendo un aporte anual del 40% del PIB nacional (ANIF, 9 de diciembre 2021).

dado a todo lo anterior se logra entender la importancia que juegan las Pymes en el panorama de nuestra región y especialmente en nuestra sociedad colombiana, pues son estas quienes mantienen a flote el crecimiento social creando nuevos empleos, por tal motivo su permanencia y existencia en el tiempo es fundamental, provocando que programas nacionales y locales tomen la iniciativa de apoyar financieramente a estas nuevas micros, pequeñas y medianas empresas tal y como lo vimos en reciente pandemia, ratificando la importancia de la existencia de las Pymes que buscan en su gran mayoría mejorar la calidad de vida de su entorno por medio de la creatividad, donde la adopción de nuevas tecnologías digitales juegan un papel fundamental para su permanencia.

Antecedentes

Inhouse fcc

INHOUSE FCC es un colectivo creativo adscrito al programa de ciencias de la comunicación de la corporación universitaria minuto de Dios, es un grupo conformado por estudiantes de Comunicación gráfica, comunicación social y tecnología en realización audiovisual cuyo objetivo es reforzar los conocimientos con el fin de dar respuestas a aquellos clientes que forman parte de la estructura interna de la corporación para la facultad de ciencias de la comunicación en eventos académicos y facultades pertenecientes a la universidad por medio



de ilustraciones, diseños de sitio web, Copy, diagramación, editorial y planeación estratégica, entre otros (INHOUSE FCC 2015).

El nacimiento de INHOUSE FCC se da gracias a un proyecto de opción de grado por estudiantes de comunicación gráfica que buscan dar respuesta a la necesidad de realizar prácticas profesionales de alto nivel, en pocas palabras lo que se busca es un espacio que permita el desarrollo y práctica de habilidades de aquellos estudiantes pertenecientes al programa dirigido exclusivamente a su habilidades como comunicadores gráficos.

Por otro lado es importante mencionar que este espacio creativo en el año 2015 participó en el VI congreso latinoamericano de enseñanza realizado en Buenos Aires, Argentina donde placenteramente sobresale dejando en alto el nombre de la institución (Afacom 2015).

Salón lateral y DIPE

Salon lateral es una agencia de publicidad dirigida al público, adscrita al programa de mercadeo y publicidad de la facultad de ciencias de la comunicación, una agencia integrada por estudiantes de últimos semestres y guiada por docentes de apoyo cuyo objetivo es brindar guía a pequeñas y medianas empresas. El salón lateral en este momento se divide en dos centros especializados: DIPE desarrollo integral para la pequeña empresa y taller creativo. DIPE brinda servicios de asesoramiento y consultoría a emprendimiento en área de publicidad y mercadeo, por otro lado el taller creativo se ocupa de la comunidad interna y externa de la universidad.

esta es una agencia que se enfoca en brindar asistencia de forma gratuita lo cual la convierte en uno de los espacios más solicitados en Bogotá D.C



Salon lateral se ha destacado en los últimos años por la calidad de su trabajo, es por eso que en una ocasión fue galardonado con el premio plata in-house a la mejor campaña social, un trabajo que realizó de la mano con la fundación “Mi primera pulga” que buscaba impulsar la adopción de mascotas como perros y gatos en Cundinamarca. En esencia se abanderaron con la idea de que una mascota es un regalo para toda la vida y además de fomentar la adopción, de igual forma se buscaban donativos e impulsar la idea de apadrinamiento. U los Libertadores-salon lateral. Recuperado de

<https://www.ulibertadores.edu.co/salon-lateral-premios-la-cumbre/>

El estudio

El estudio es una agencia de comunicación juniors adscrita a la facultad de ciencias de la informática de la universidad Complutense de Madrid conformado por estudiantes destacados y previamente seleccionados pertenecientes al programa de publicidad y relaciones públicas, cuyo objetivo es brindar un espacio competitivo y creativo para aquellos estudiantes que deseen una formación práctica con excelentes aptitudes humanas capaces de desempeñarse en un futuro como profesional capaz y con todo el conocimiento para desenvolverse en organizaciones pertenecientes al rubro a nivel nacional e internacional.



La agencia ofrece sus servicios a startups empresariales, entes gubernamentales, organizaciones sin ánimo de lucro, entidades de carácter público y a la facultad de ciencias de la

información. El estudio-agencia in-house. recuperado de:

<https://elestudioucm.com/sobre-nosotros>

MullenLowe Latam

MullenLowe Latam es una agencia publicitaria fundada en el año 1996 cuyo objetivo ha sido convertirse en una de las agencias más importantes del mundo. Es la agencia mas reconocida en colombia siendo ganadora de doce premios y a nivel internacional de catorce, por otro lado siendo nombrada en el años 2012 como la segunda agencia más efectiva del mundo según Effie Effectivness index y ocupando el quinto puesto de las 10 mejores agencias del mundo según Adlatina en el 2012.

lo anterior nos da un panorama bastante amplio de la importancia y efectividad que tiene esta agencia no solo a nivel nacional si no también a nivel mundial, destacándose por la calidad de sus trabajos y efectividad de los mismo convirtiéndose un gran referente para cualquier In-house universitario y más cuando se realizan eventos que reúne a las mejores universidades del país en área de la publicidad o carreras afines. Mullenlowe-agencia publicitaria. recuperado de:<https://www.mullenlowessp3.com/quienes-somos/>



M U L L E N L O W E
G R O U P

Por otro lado es importante mencionar que Mullen lowe es esta empeñado en reducir al máximo aquella brecha existente entre estudiantes y agencias publicitarias, pues lastimosamente muchos profesionales recién egresados al graduarse se encuentran con un mundo bastante diferente dentro de las agencias y es por eso que se da vida a uno de lo eventos más importantes en este rubro como lo es InkHouse, un espacio realizado en el año 2022 en donde participaron alrededor de 5 universidades latinoamericanas donde cada uno eligió 3 representantes para participar, dándole el reto de crear una campaña en 24 horas que posteriormente ha de ser expuesta y sustentada a un jurado tal y como se hace en la vida real, donde los ganadores los ganadores tendrán la oportunidad de curso un semestre práctico en agencias locales pertenecientes a Mullen Lowe donde a su vez podrán descubrir nuevos talentos que pueden formar parte de sus filas en un futuro (El Tiempo 2022).

In-house Tadeísta

La In- House Tadeísta es una agencia publicitaria liderada por el profesor del área académica de publicidad Jairo Sojo, un espacio conformado por los estudiantes más destacados del programa cuyo propósito es impulsar aquellas ideas innovadoras por medio de campañas publicitarias, en donde podemos destacar a “Pescuezo” un emprendimiento colombiano que hoy en día goza de un reconocimiento nacional.

La historia de esta relación surge gracias a que Andrés Combariza y Alexandra Satizábal andaban en búsqueda de una agencia para su siguiente campaña y es ahí cuando Alejandra Paredes jefe de cooperación nacional e internacional Utadeo les habló acerca de la In-house de la universidad.



Una vez oficializada la relación entre in-house y pescuezo el paso a seguir es el proceso de convocatoria hacia estudiantes de la universidad, convocatoria en la que participaron jóvenes pertenecientes a los programas de publicidad, mercadeo y cine y televisión, quienes desde sus inicios se mostraron bastante interesados en formar parte a este proceso dando la seguridad a los fundadores de pescuezo. Utadeo-in house. recuperado de:

<https://www.utadeo.edu.co/es/noticia/destacadas/home/1/house-y-pescuezo-una-union-que-busca-fortalecer-el-trabajo-entre-la-academia-y-el-sector-privado>

Objetivos

Objetivo general

Crear un centro de consultoría de identidad visual, Publicidad y branding para aquellas MiPymes de la región de forma gratuita constituido por estudiantes pertenecientes al programa de comunicación gráfica de distintos semestres de UNIMINUTO sede Zipaquirá.

Objetivos específicos

- Identificar aquellas problemáticas, dudas o inconformidades del estudiante de comunicación gráfica acerca de su carrera.
- Analizar la importancia de un centro de consultoría de identidad visual y branding a través de elementos marcarios como el Logo, colores corporativos y naming.
- Realizar una estrategia de branding e identidad visual como prueba piloto hacia la MiPymes MultiRisas.
- Generar un producto gráfico que contenga todo el proceso de identidad visual hecho para la MiPymes MultiRisas.

Metodología

La metodología de investigación establece el proceso de un proyecto, la cual es pertinente y de suma importancia ya que evalúa cada etapa en pro de garantizar resultados válidos y medibles, que permitan alcanzar aquellos objetivos y metas ya establecidas.

En consecuencia, este trabajo investigativo establece la metodología mixta, permitiendo la adquisición de datos e información de forma numérica y no numérica; usando como herramienta la entrevista y encuestas que permiten adquirir información, opiniones y puntos de vista.

En primera instancia, por medio de un formulario se identificarán las problemáticas, dudas o quejas que poseen los estudiantes de comunicación gráfica sede Zipaquirá con su programa de formación.

Es importante conocer la opinión que tienen las Pymes a nivel local, es por eso que el punto de vista de Diana Morales, directora del área emprendimiento del municipio de Cogua, es pertinente e indispensable adquirirlo por medio de una entrevista.

En otra instancia, también es de suma importancia conocer el punto de vista del coordinador de la facultad de comunicación de uniminuto sede Zipaquirá, al cual se le realiza una entrevista de forma presencial grabada en audio, donde él nos contará un poco de la historia del programa y la labor que cumplen los estudiantes actualmente en el contexto social; Buscando conocer de primera mano los espacios ofrecidos a los estudiantes de comunicación gráfica y la participación de los mismos, identificando desde su saber y experiencia como coordinador cual es la importancia de tener un espacio de consultoría como “Atrabajar” y el impacto que éste tendría en la comunidad Uniminuto sede Zipaquirá.

Continuando con el proceso, se concertará una reunión virtual grabada en audio con Emerson Vergel, quien al día de hoy es dueño y director de la Pymes MultiRisas, Empresa encontrada en el municipio de Cogua-Cundinamarca ubicada a 39 Km de Bogotá D.C dedicada a la realización y recreación de eventos para niños y adultos, la cual será la prueba piloto donde el objetivo de dicha entrevista, será identificar lo que él piensa y pretende proyectar. Por otro lado, será un diagnóstico para conocer aquel trabajo gráfico ya realizado previamente, e identificar su funcionalidad para que así, “Atrabajar” pueda involucrarse con el proyecto de comunicación gráfica, creación de marca, manual de identidad, publicaciones y piezas gráficas que potencialicen la visión que MultiRisas tiene hasta ahora.

Resultados

Etapa 1-Formulario dirigido a estudiantes de Comunicación Gráfica

Por medio de la primera etapa se realiza una recolección de información basada en las opiniones de los estudiantes de comunicación gráfica, usando como herramienta un formulario virtual, el cual cuenta con 6 preguntas de las cuales cuatro de ellas son de opción múltiple y dos de ellas son preguntas abiertas, enfocadas en conocer lo que piensa, siente y desea el estudiante de Comunicación Gráfica sede Zipaquirá.

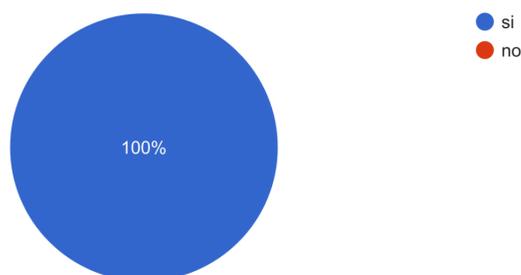
Este formulario recibe como nombre “encuesta de percepción estudiantil” el cual es realizado en horario de clases con el respectivo permiso del docente Fabian Castellanos y Emir Quiroga; formulario que cuenta con las siguientes preguntas:

¿Pertenece al programa de tecnología en comunicación gráfica?

Esta pregunta tiene como objetivo garantizar que toda persona encuestada es estudiante y hace parte del programa de Tecnología en Comunicación Gráfica; la cual tuvo como resultado que de 29 personas a las que le fue dirigida la encuesta; las 29 (100%) son estudiantes pertenecientes o pertenecieron al programa.

Figura 1

¿Pertenece al programa de tecnología en comunicación gráfica?
29 respuestas

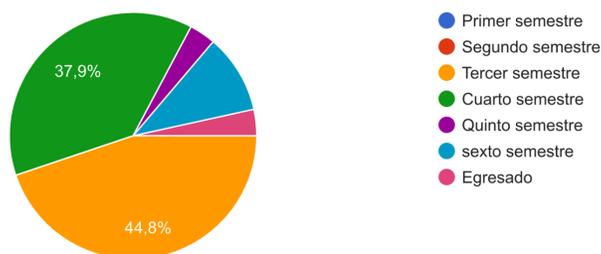


¿Actualmente qué semestre te encuentras cursando?

Es importante determinar, el semestre que el estudiante se encuentra cursando actualmente, la razón de esto, es porque la opinión de grupos superiores puede diferir en percepción del programa con respecto a la de aquellos estudiantes que apenas están iniciando la carrera. La encuesta será dirigida únicamente a los grupos de tercer y cuarto semestre, teniendo en cuenta que en estos mismos grupos, encontramos estudiantes de grupos superiores que por diferentes motivos se fueron vinculando, dando como resultado:

Figura 2

¿Actualmente que semestre te encuentras cursando?
29 respuestas



De las 29 personas encuestadas, 11 (37,9%) de ellas hacen parte de cuarto semestre, 13 (44,8%) tercer semestre, 3 (10,3%) sexto semestre, 1 (3,4%) quinto semestre y el último (3,4%) es estudiante egresado del programa.

¿Qué percepción ha obtenido hasta el momento con el programa de tecnología en comunicación gráfica? ¿Está conforme? ¿inconforme? ¿por qué?

Esta pregunta busca conocer a nivel emocional al estudiante de Comunicación Gráfica, brindándoles un espacio en el que se puedan expresar y hablar acerca de su sentir hasta el momento, con el programa; sus principales inconformidades o sus buenas reseñas.

El resultado de la encuesta nos arroja, que gran parte de los estudiantes se encuentran inconformes actualmente, donde las respuestas más comunes es que no hay una profundización en los temas que para ellos son de suma importancia, temas que pueden aportarles a su crecimiento profesional.

Se menciona la importancia de una actualización de los contenidos de las asignaturas, con respecto a los que hay actualmente.

Citando a uno de los estudiantes encuestados, no hacer la actualización *“baja el rendimiento de la nueva percepción del marketing”*.

También es necesario que se restablezca los salones especializados para el programa, espacios hechos para incentivar la creación de piezas gráficas, espacios que permiten volar la imaginación y una retroalimentación constante entre docentes y estudiantes, pues esta pregunta me dio a conocer, que existe una inconformidad respecto a los espacios especializados, donde en muchas ocasiones es imposible desarrollar clases prácticas porque se encuentran con la penosa situación de abandonar su salón de clases para dar paso a que otros programas hagan uso de los mismos; dejando su proceso creativo a la mitad o a tal punto de no iniciarlos, imposibilitando una retroalimentación por parte del docente a cargo, sin mencionar que aquel salón en donde se realizaba sus clases prácticas como técnicas de impresión, teoría del diseño, dibujo y perspectiva, entre otras ya es inexistente para el programa.

No es posible negar, que algunos de ellos están conformes y consideran que el programa ha cumplido a cabalidad con los objetivos establecidos desde su inicio, se les ha permitido explorar y descubrir nuevas habilidades que aportan a su vida profesional, académica y personal y mencionando que los docentes actuales, cumplen con su deber desde el respeto y el profesionalismo, pero que aun así hay algunas cosas que mejorar.

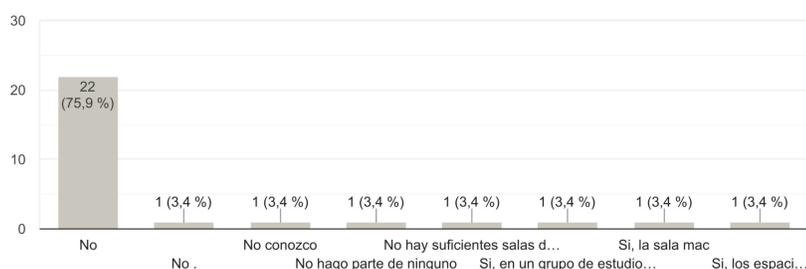
En resumen se obtuvo como datos que de los 29 estudiantes encuestados 12 de ellos se encuentran conformes y 17 de ellos no lo están. Es importante resaltar que sin importar en cuál de los lados están los estudiantes, lo que sí comparten entre sí es su deseo de aprender y mejorar sus habilidades con la práctica y que a su vez se les permita explorar cada uno de los campos de aplicación que puede ofrecer la Comunicación Gráfica.

¿Conoce o hace parte de un espacio o laboratorio dirigido a estudiantes de tecnología en comunicación gráfica? ¿sí? ¿no? ¿Cuál?

En esta ocasión los estudiantes de gráfica expresaron en su gran mayoría que no conocen o no hacen parte de un espacio o laboratorio dirigido exclusivamente a ellos; pues de los 29 estudiantes encuestados, 24 (82,7%) no hacen parte de ninguno, 1 (3,4%) mencionó no hacer parte de algún grupo o espacio, 1 (3,4%) mencionó que no hay suficientes salas de de cómputo para la carrera, 1 (3,4%) dijo que si “sala Mac”, 1 (3,4%) si hace parte de un grupo similar enfocado en la Sabana Centro enfocado en construir su identidad visual y 1 (3,4%) estudiante menciona que sí, como las ferias dirigidas por la universidad.

Figura 3

¿Conoce o hace parte de un espacio o laboratorio dirigido a estudiantes de tecnología en comunicación gráfica? ¿sí? ¿no? ¿Cuál?
29 respuestas



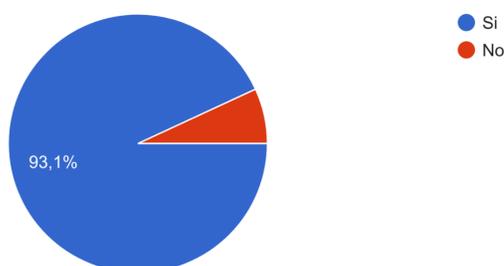
¿le gustaría que existiera y formar parte de un espacio de creación o laboratorio dirigido a estudiantes de tecnología en comunicación gráfica?

Esta pregunta busca conocer y evidenciar de forma detallada el porcentaje de estudiantes interesados en formar parte en un espacio de creación o laboratorio dirigido especialmente a estudiantes de Comunicación Gráfica, una pregunta con dos únicas opciones “si” “no” arrojando los siguientes resultados:

Figura 4

¿le gustaría que existiera y formar parte de un espacio de creación o laboratorio dirigido a estudiantes de tecnología en comunicación gráfica?

29 respuestas



En esta ocasión observamos el gran interés por parte de los estudiantes pertenecientes al programa en formar parte de un laboratorio o espacio de creación; evidenciando que de 29 personas encuestadas, 27 (93,1%) responde si y 2 personas (6,9%) responden de forma negativa, demostrando así el interés de los estudiantes en formar parte en un espacio como “Atrabajar” cada vez más se vuelve más necesario, un espacio que permita mejorar sus habilidades.

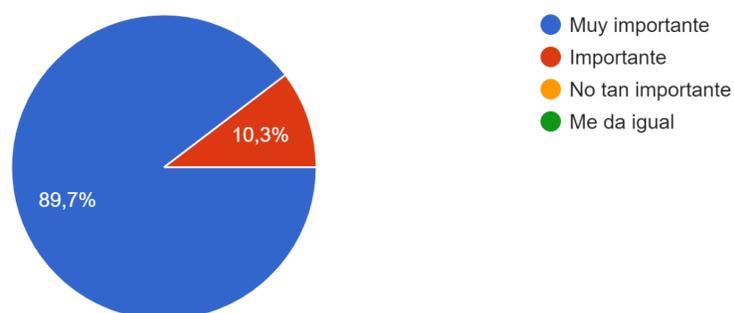
¿para usted qué tan importante es la creación de un portafolio de servicios como comunicador gráfico?

En esencia un portafolio de servicios es un documento que permite a toda persona o en este caso a todo comunicador gráfico mostrar su trabajo dando una visión más clara sobre la calidad de su trabajo a sus clientes, demostrando sus habilidades y destrezas a nivel gráfico, comunicativo o publicitario; es por eso que se incluye esta pregunta en el formulario para conocer el nivel de importancia que representa un portafolio de servicios para el estudiantes de Comunicación Gráfica de UNIMINUTO sede Zipaquirá, arrojando los siguientes resultados:

Figura 5

¿para usted que tan importante es la creación de un portafolio de servicios como comunicador gráfico?

29 respuestas



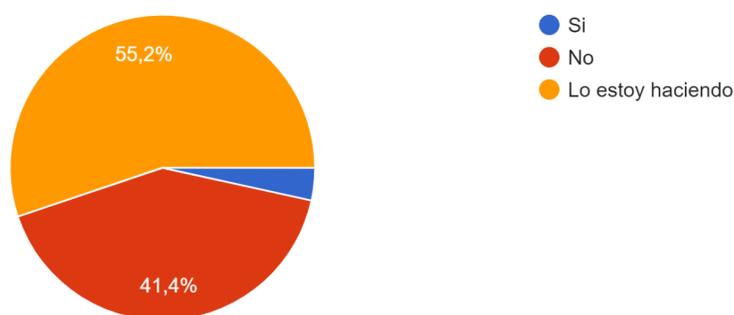
Como podemos observar en la gráfica de los 29 estudiantes encuestados, 26 (89,7%) mencionan que un portafolio de servicios para un comunicador gráfico es muy importante y 3 de ellos (10,3%) responden que es importante.

¿Actualmente cuenta con un portafolio de servicios?

El objetivo de esta pregunta tiene como objetivo conocer cuántos de los estudiantes de comunicación gráfica en la actualidad ya cuentan, lo están haciendo o en definitiva no cuentan con un portafolio de servicios.

Figura 6

¿Actualmente cuenta con un portafolio se de servicios?
29 respuestas



En esta ocasión se evidencia que de los 29 estudiantes encuestados 16 de ellos (55,2%) respondieron que su portafolio de servicios se encuentra en proceso de creación, 1 (3,4%) si cuenta con uno y 12 estudiantes (41,4%) no tienen actualmente un portafolio de servicios.

Etapa 2- Entrevista directora del área de emprendimiento del municipio de Cogua

Diana Morales directora del fondo de emprendimiento del municipio de cogua, me permitió realizarle una entrevista en la que se tocaron temas fundamentales como la importancia de las Pymes, las cuales hacen parte del programa de gobierno de la actual alcaldesa Flor Maria Murcia, así mismo, creando el proyecto social Cogua dinámica y Emprendedora que posteriormente dio vida al programa de capital semilla. Este es un proyecto que busca apoyar a los pequeños, medianos y grandes emprendimientos que se generan en el municipio.

Inicialmente, una vez posesionada la actual alcaldesa se inicia un proceso de mesas de trabajo por todas la veredas para conocer aquellas necesidades de los emprendedores, de esta manera determinar cuál era la forma indicada para ayudarlos, cuyo resultado más importante es la falta de recurso y materia prima para iniciar la idea de negocio, gracias a ese estudio se da vida al programa capital semilla cuyo objetivo principal es la reactivación económica.

Una vez detectada esa problemática se inicia el proceso de convocatoria por los distintos medios de comunicación, dando como resultado que para el año 2020 se inscribieron 415 personas de las cuales recibieron capital semilla 70, para el año 2021 se inscribieron 430 siendo beneficias 97 de ellas, en el año 2022 se inscribieron 389 de las cuales recibieron capital 87 proyectos. Una vez realizado el proceso de inscripción y que los participantes demostraran ser habitantes del municipio, se les informa acerca de los acuerdos y reglamentos del programa pues la esencia de este no es solo beneficiar al emprendedor sino también a la comunidad a través de nuevos empleos.

Por otra parte, aquellas personas que han sido seleccionadas inician un proceso de capacitación en donde el programa ofrece espacios que permiten fortalecer el emprendimiento, en base a esas capacitaciones donde cada uno de ellos entrega un modelo de negocio que es analizado por expertos que determinan si finalizar el proceso con la entrega del capital semilla, recursos acordes a la actividad económica. Posteriormente se inicia el seguimiento en pro de garantizar que los recursos entregados estén en uso y que no exista ningún inconveniente.

Diana comenta que uno de lo principales retos que tienen en el programa es lograr que las personas beneficiadas deseen continuar dando vida a los emprendimientos, pues ella muy bien sabe que una de las principales causas para que desaparezcan es que decaigan las ventas o qué las personas se muden a otros sectores dando fin a la actividad económica, es por eso el

constante seguimiento por parte de la administración para apoyar y brindar ayuda en caso de necesitarla.

Otro punto importante de la entrevista era preguntarle a Diana acerca de herramientas o espacios que permiten a los emprendedores dar a conocer sus productos o servicios; nos comenta acerca de la importancia del marketing, diseño y las redes sociales y como estas juegan un papel fundamental para el crecimiento de las mismas, a su vez nos habló del mercado campesino, un espacio que permite vender los fines de semana a turistas y habitantes del municipio.

Sin duda alguna esta entrevista me permite adquirir una visión distinta, las nuevas tecnologías pueden convertirse en herramientas muy beneficiosas pero qué pasa con aquellas personas que por su lugar de residencia o su edad les es imposible hacer uso de la tecnología, haciendo mención de los campesinos, esto obliga no sólo a dirigir este espacio de consultoría a las grandes urbes sino también a empezar descentralizar el diseño y la publicidad.

Etapa 3- Entrevista coordinador del programa Comunicación Gráfica sede zipaquirá

Ariolfo Velasco, comunicador social y periodista con especialización en gerencia social y actual coordinador de los programas de comunicación social y periodismo y comunicación gráfica en UNIMINUTO sede Zipaquirá, me abre un espacio que permite conocer un poco más del programa de Comunicación Gráfica y la importancia que tiene un comunicador gráfico en nuestro contexto social. Comenta, que este es un programa de ampliación, es decir que el dueño del registro es la facultad de ciencias de la comunicación de Bogotá calle 80 y que dentro del territorio se lleva alrededor de 12 años con el programa, con 19 promociones de egresados, contribuyendo al impacto social con tecnólogos que hacen procesos comunicativos en el área del diseño, publicidad y mercadeo a empresas en la región, desarrollando emprendimientos en Zipaquirá, Cagua, Sopó y otros municipios de donde son originarios los estudiantes.

Por otro lado, se le hizo la pregunta de ¿cómo empezar a descentralizar el diseño para aquellas personas en donde su lugar de origen, residencia o por su edad no tienen acceso o no saben usar las nuevas tecnologías? Ariolfo responde que la base fundamental del programa es dar vida a comunicadores gráficos que van más allá de solo posicionar una marca, si no también a detectar y dar respuesta a problemáticas, transformando y construyendo una mejor sociedad, y si el comunicador gráfico conoce aquel problema debe de empezar a intervenir en esos territorios para capacitar y entregar conocimiento.

Luego me habla acerca de los espacios ofrecidos por Uniminuto que permiten potencializar los saberes y habilidades del estudiante de comunicación gráfica mencionando los semilleros de investigación y el proyecto de inclusión y desarrollo social llamado INHOUSE FCC que en este momento se encuentra en la espera de retomarse en pero esta vez en Zipaquirá ya que este permite crear y suplir necesidades de programas internos a la institución llevando lo teórico a lo práctico.

Etapa 4-Reunión virtual director Pyme MultiRisas

En esta etapa se realizó una reunión virtual con Emerson Vergel, director y dueño fundador de la Pyme MultiRisas, empresa dedicada a la organización de eventos infantiles y para adultos.

En vista de que actualmente Emerson Vergel se encuentra fuera del país, se optó por realizar el encuentro por la plataforma meet que tuvo una duración de 26 minutos con 36 segundos la cual fue grabada en audio.

La reunión se realizó para conocer de primera mano a MultiRisas, su historia, su labor, sus objetivos, misión y visión que nos permita conocer la esencia de la marca, a su vez conocer

el proceso que se tuvo para crear lo que hoy en día es MultiRisas, unas de las Pymes ubicadas en el municipio de Cogua que hoy en día brinda empleo a jóvenes del municipio.

Los inicios de MultiRisas se da gracias al deseo de salir adelante de su creador, quien hoy en día es docente en educación artística con énfasis en danza contemporánea de la Universidad Distrital, el cual inició su proceso como recreador en el año 2013 con una empresa organizadora de eventos ubicada en el municipio de Chía, empresa que le permitió en su momento adquirir experiencia y reunir dinero para los fines de semana.

En el año 2014 surge la idea de crear un proyecto propio en conjunto con Oscar Malagón y Alejandro Rodríguez, en vista de que en ocasiones anteriores ya habían realizado eventos recreativos bajo el nombre de MultiRisas, nombre que en su momento surgió como opción de grado al bachiller técnico en Recreación y Deportes de la Institución Educativa Departamental las Villas, pero no fue hasta el año 2016 donde oficialmente MultiRisas inicia su proceso como emprendimiento gracias al apoyo de amigos y familiares. El paso siguiente fue dar a conocer su idea de negocio al público, según Emerson, él contó con la suerte de que gracias a sus anteriores eventos, varias personas ya lo identificaban como un buen recreador y es ahí, donde el voz a voz empieza a jugar un papel fundamental para el reconocimiento, por ende le era importante la calidad de su trabajo.

Poco a poco iba repartiendo tarjetas representativas a MultiRisas en los eventos que asistía, notando que en muchas ocasiones encontraba adultos participando de las celebraciones ya que acompañaban a sus hijos a los eventos, es ahí donde aprovechaba para pasar su contacto.

Emerson cuenta que en sus inicios y en la actualidad cree demasiado en el voz a voz y es el método más importante que usa actualmente, pero para que eso suceda, es de suma importancia no solo destacarse con la calidad de su trabajo, sino también mejorar visualmente a

la marca mostrando profesionalismo, calidad y especialmente sus valores como la empatía que permite ponerse en los zapatos de sus clientes que andan en búsqueda de experiencias nuevas y satisfactorias, el buen servicio que le permite resolver y brindar opciones que faciliten la vida de los clientes al momento de organizar una celebración y a la adaptabilidad por medio de una muy buena puesta en escena que resalta la seriedad que conlleva una empresa que anda en búsqueda de convertirse en la más importante de sabana norte de Bogotá en el área de recreación.

En ese orden de ideas uno de los aspectos más importantes es la proyección de MultiRisas en su entorno, por otro lado Emerson quiere fortalecer la identidad visual en base a lo que son como empresa, también hace mención de que no está muy de acuerdo con las redes sociales que buscan mantener a las personas en ellas, pero que sin duda alguna es una herramienta fundamental para mejorar su alcance y mostrar su trabajo, es por eso que en conversaciones previas a la reunión la idea de crear contenido que permita conocer internamente a MultiRisas es una buena opción pero que hasta el momento no le interese hacer publicidad paga en ellas.

En conclusión “Atrabajar” en base a esta entrevista y conversaciones previas a ella generará contenido que apoye la idea de mejorar la identidad de la marca y la experiencia de los clientes con las misma, contenido que será reunido en un documento gráfico y cargado en su mayoría en las redes sociales de MultiRisas como facebook e Instagram.

Referencias bibliográficas

CCB. *empresas canceladas. Las MiPymes representan el 99,8% de las empresas canceladas y las micro y pequeñas el 99, 5%-Observatorio-cámara de comercio de Bogotá.*
<https://www.ccb.org.co/observatorio/Dinamica-Empresarial/Dinamica-empresarial/EMPRESAS-CANCELADAS-Las-MiPymes-representan-el-99-8-de-las-empresas-canceladas-y-las-micro-y-pequenas-el-99-5>

Sivianes, P. M. (2009). *Que es el branding. Questiones publicitarias, (14), 168-17*

Capriotti, P. (2009). *Marca corporativa. Santiago de Chile: Libros de la empresa .*

VÁZQUEZ, E. E. L. (2016). *Comunicación gráfica. Arcada. Revista de Conservación del patrimonio cultural, 4(1), 47-49.*

Llerena Pérez, R. E. (2017). *La relación de la comunicación gráfica del evento marinera en la plaza con identidad cultural entre los trujillanos, 2017.*

Kubr, M. (2000). *La consultoría de empresas. Limusa.*

Schein, E. H. (1990). *Consultoría de procesos (Vol. 2). Addison-Wesley Iberoamericana.*

Sánchez, J. (2015). *Pymes. Revista Proteja su Dinero. Recuperado de https://www.condusef.gob.mx/Revista/PDF-s/2015/180/cuento.pdf.*

universidad los libertadores. La agencia social salon lateral ganó plata en los premios la cumbre. <https://www.ulibertadores.edu.co/salon-lateral-premios-la-cumbre/>

INHOUSE FCC. (2016, 22 agosto). *¿Qué es INHOUSE FCC? [video]. youtube.*
<https://www.youtube.com/watch?v=6COBVlut40A>

Afacom. INHOUSE FCC. (2015). *una propuesta innovadora con el sello UNIMINUTO.* <http://www.afacom.org/secciones/ultimas-noticias/2063-inhouse-fcc-una-propuesta-innovadora-con-el-sello-uniminuto>

El Tiempo. *inkhouse. (2022). 48 horas de de experiencia real para estudiantes en agencia de publicidad.* <https://www.eltiempo.com/vida/educacion/inkhouse-48-horas-de-experiencia-para-estudiantes-en-agencia-de-publicidad-704750>

Utadeo. In house y pescuezo. (2021). Una unión que busca fortalecer el trabajo entre la academia y el sector privado.

<https://www.utadeo.edu.co/es/noticia/destacadas/home/1/house-y-pescuezo-una-union-que-busca-fortalecer-el-trabajo-entre-la-academia-y-el-sector-privado>